

2023-2029年中国广播电视 行业深度研究与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国广播电视行业深度研究与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202303/10-523469.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

广播电视节目是指电视台、广播电台所有播出内容的基本组织形式和播出形式。它是一个按时间段划分、按线性结构传播的方式安排和表现内容、依时间顺序播送内容的多层次系统。

20世纪80年代之前,受众对节目的评价主要是通过自来来信和媒体不定期到受众中召开座谈会的方式来进行的.这种方式,使媒体了解到受众对节目评价的一些情况,因此在当时那种特定的历史时期发挥了重要作用.

随着社会经济和科学技术的飞速发展,出现了越来越多的新型媒体,对广播媒体的发展造成了巨大的冲击.如何加强广播媒体的宣传经营,促进广播媒体的长效发展,是广播行业应重视和亟待解决的问题.本文就当前广播节目的发展现状以及创新改革的必要性进行简单的分析和总结,并研究和探讨了广播节目的发展走向,以期更好地提高广播节目的播出效果和社会关注度,促进和推动广播的可持续发展。

国家统计局数据显示，2018年中国共备案电视剧1163部，2022年中国共备案电视剧905部，比上年同期减少258部，同比下降22.2%。2016-2022年中国电视剧备案数走势

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国广播电视行业深度研究与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了中国广播电视行业市场发展环境、广播电视整体运行态势等，接着分析了中国广播电视行业市场运行的现状，然后介绍了广播电视市场竞争格局。随后，报告对广播电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广播电视行业发展趋势与投资预测。您若想对广播电视产业有个系统的了解或者想投资中国广播电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国广播电视行业发展分析

第一节 广播电视概述

一、广播电视经济的概念

二、广播电视产品的商品属性

三、广播电视传播的经济目的

四、广播电视业的产业定位

第二节 广播电视行业产业背景分析

一、“十三五”时期广播电视发展回顾

二、2022年广播电视数字化进程

三、三网融合数字化时代的广播电视

第三节 2017-2022年中国广播电视行业发展概况

一、2022年我国广播电视业发展综述

二、2022年国内广播电视业平稳发展

三、2022年我国广播电视收入持续增长

四、2022年我国广播电视业发展综述

第四节 2022年广电产业发展综合分析及2022年展望

一、2022年广播电视整体稳步快速增长

2018年广播节目综合人口覆盖率98.9%，2022年广播节目综合人口覆盖率99.1%，比上年末增长0.2个百分点。2017-2022年中国广播节目综合人口覆盖率走势

2018年电视节目综合人口覆盖率99.3%，2022年电视节目综合人口覆盖率99.4%，比上年末增长0.1个百分点。2017-2022年中国电视节目综合人口覆盖率走势

二、2022年广播电视行业营收状况分析

三、2022年广电科技与事业成绩突出，重点项目提前完成

四、2022年度中国广播电视行业十大科技关键词

五、2022年广电发展趋势展望

第五节 广电行业发展存在问题对策分析

一、广电运营商面临挑战

二、广播电视数字化面临的挑战与机遇

三、广播电视业转型拓展求发展

四、广播电视网络在三网融合中的对策研究

五、高清电视是未来必然选择

六、科技时代背景下的广播电视发展探究

第二章 中国电视业

第一节 中国电视产业总体概述

一、中国电视产业的发展概况

二、2022年我国出产电视剧创历史新高

三、2022年中国电视产业发展状况

四、2017-2022年中国彩色电视产品产量分析

第二节 电视广告

一、电视广告概念及表现形式

二、2022年中国电视广告产业发展分析

三、2022中国电视广告市场分析与展望

四、2022年有线数字电视广告联盟欲制定行业标准

五、有线电视广告的主要趋势

六、消费文化影响下的电视广告策划

七、从中国好声音看中国电视广告的价值

八、数字化时代电视广告运作的创新策略

第三节 中国数字电视发展分析

一、中国数字电视发展及带来的变化

二、三网融合下中国数字电视的发展

三、2022年中国有线数字电视用户市场规模

四、2022年六部委推动普及地面数字电视

五、2022年有线电视数字化整体转换悄然进行

六、2022年我国地面数字电视接收机将有统一标识

七、2022年我国首套超高清异构网络无线数字电视系统研制成功

第四节 手机电视行业发展

一、手机电视的内容链建设

二、手机电视市场状况

三、手机电视的发展模式

四、手机电视发展中的若干问题探讨

五、手机电视的营销推广策略

六、2022年CMMB手机电视业务发展现状调查及SWOT分析

七、2022年我国智能电视渗透率

第五节 网络电视行业发展分析

一、IPTV产业链分析

二、网络视频——电视购物的互联网应用

三、电信运营商IPTV业务发展新思路

四、2022年中国网络电视业发展分析

五、2022年电商试水视频购物新模式

六、网络电视台的发展模式与市场策略

第三章 中国广播业

第一节 中国广播产业分析

一、广播传播形态

二、延伸广播公共服务职能

三、“走出去”能力不断增强

四、类型化广播：经10年发展，转型成功

五、广告经营：实践和理论水平提升

第二节 移动互联时代广播应用创新的方向选择

一、从网络广播到移动终端

二、基于用户位置的定位服务——广播应用创新方向

三、手机广播——传统广播网络化的新方向

第三节 从广播类APP看移动互联网时代广播的发展

一、广播在移动互联网时代的新发展

二、当前我国广播APP类型分析

三、广播APP的思考与展望

第四节 “云传播”视域下网络广播的发展与展望

一、广播的历史现状及其发展局限

二、网络广播在媒介融合的全媒体语境下应运而生

三、“云传播”视域下网络广播的革新优势与挑战

四、“云”时代网络广播的未来定位与展望

第五节 中国农村广播的发展与策略

一、伴随性成为广播的主要竞争优势：

二、强化伴随性打造广播的核心竞争力

三、农村广播节目如何强化伴随性优势

第四章 中国广播电视业的区域发展

第一节 山东省

一、2022年山东广电局新媒体建设取得较快发展

二、2022年山东广播电视台大力推进节目创新创优

三、2022年山东广电局：加大整治广播电视虚假违法医药广告

四、2022年山东广电局产业发展思路

第二节 江苏省

一、江苏局提出2022年广播电视科技工作重点

二、2022年江苏广播影视服务纳入营改增试点范围

三、江苏省“十三五”广播影视发展规划

（一）现状和形势

（二）指导思想、基本原则和发展目标

（三）主要任务

（四）重点工程

（五）保障措施

第三节 浙江省

一、“十三五”浙江省广播影视业发展回顾

二、“十三五”浙江省广播影视业发展背景

三、“十三五”浙江省广播影视业指导思想和总体目标

四、“十三五”浙江省广播影视业主要任务

五、“十三五”浙江省广播影视业重点工程

六、“十三五”浙江省广播影视业保障措施

第四节 陕西省

一、陕西省广播影视发展现状

二、编制全省广播影视发展“十三五”规划的指导思想、基本原则

三、“十三五”时期全省广播影视业发展的总体目标和主要任务

四、实施“十三五”规划的保障措施

第五节 黑龙江省广播影视“十三五”发展规划

一、“十三五”规划完成情况

二、“十三五”期间广播影视业发展面临的形势

三、“十三五”规划的指导思想、总体目标和基本原则

四、“十三五”时期的主要任务

五、保障措施

第五章 中国广播电视业的运营及竞争

第一节 广播电视行业运营分析

一、广播电视产业的经营特点

二、城市广电产业经营体制重构

三、中国广播电视产业经营发展趋势分析

第二节 广播电视行业竞争态势

一、中国广播电视行业竞争形势

二、中国广播电视行业升级到全产业链竞争

三、2022年国外运营商布局电视业

四、多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争

五、数字电视不怕IPTV竞争将全面推广

第三节 广电传媒集团的核心竞争力

一、广播影视集团以内容为王

二、广播影视集团以网络为本

三、广播影视集团拓展产品链与产业链

四、广播影视集团的品牌铸造

第四节 媒介融合背景下电视业竞争策略研究

一、媒介融合的定义、表现形式及其对媒介产生的影响

二、媒介融合给电视业带来的机遇与挑战

三、当前电视业发展的可行性策略

四、进一步加强与其他媒介的融合发展

五、结论

第五节 媒介融合背景下广播媒体的品牌战略管理

一、广播媒体的品牌作用

二、广播媒体品牌战略管理存在的问题

三、广播媒体品牌战略管理的对策建议

第六节 我国广播电视业资本运营的核心问题与优化策略

一、当前我国广播电视资本运营的核心问题

二、对广播电视资本运营优化的策略建议

第六章 广播电视设备行业分析

第一节 广播电视设备业发展综合分析

一、我国广电设备发展现状

二、广电设备产业链分析

三、广电设备竞争格局分析

（一）前端设备竞争结构分析

（二）接入网竞争结构分析

（三）广电终端设备竞争结构分析

四、我国广播电视设备行业技术水平

第二节 广播电视设备业细分市场分析

一、网络改造推动前端设备持续增长

二、接入网改造市场规模

三、机顶盒市场规模

第三节 2022年广播电视设备业发展分析

一、2022年广电设备制造领域发展状况分析

二、2022年国家广电成立设备制造商迎来成长契机

三、2022年工信部力促广播接收设备产业转型

四、2022年三网融合规划将出对广电设备需求的影响

第七章 2017-2022年中国广播电视设备制造业所属行业经济运行数据

第一节 2017-2022年全国广播电视设备制造业主要经济指标

一、2022年全国广播电视设备制造业主要经济指标

二、2022年全国广播电视设备制造业主要经济指标

第二节 2017-2022年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析

一、2022年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析

二、2022年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析

第三节 2017-2022年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析

一、2022年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析

二、2022年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析

第四节 2017-2022年全国及中国各省市广播电视设备制造业行业规模分析

一、2022年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析

二、2022年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析

第五节 2017-2022年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析

一、2022年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析

二、2022年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析

第八章 中国广播电视行业重点企业分析

第一节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第四节 深圳市天威视讯股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第九章 2023-2029年中国广播电视产业投资分析及前景预测

第一节 “十三五”期间中国广播电视产业发展展望

- 一、十三五规划力在三网融合（ ）
- 二、下一代广播电视网：实现有线网络互联互通
- 三、高清与3D：未来影视的方向
- 四、内容生产：以质量提高为主
- 五、体制改革：以制度为抓手
- 六、科技创新能力：将会显著提高

第二节 广电行业投资热点分析

- 一、大力推进台内数字化
- 二、大力推进有线电视数字化
- 三、大力推进无线广播电视的数字化
- 四、加快发展移动多媒体广播电视
- 五、大力推广直播卫星户户通
- 六、NGB关键技术布局

第三节 中国电视业发展趋势与策略

- 一、智能电视引领广电产业大变革
- 二、2022年电视产业将真正迎来智能时代
- 三、2023-2029年电视产业发展趋势
- 四、新媒体背景下电视地面频道发展探析
- 五、电视媒体进入“二次传播”新时代

第四节 中国数字电视业发展趋势与策略

- 一、中国数字电视行业发展影响因素分析
- 二、十三五我国数字电视产业发展形势分析
- 三、2022年全球配备数字电视的家庭数量
- 四、2020年我国地面数字电视广播覆盖网基本建成（ ）

第五节 中国广播产业发展新机遇与对策

一、当前广播发展面临的新机遇

二、不利于广播发展的障碍分析

三、把握和利用广播发展新机遇的思路

图表目录

图表：2017-2022年我国广播电视覆盖率变化情况

图表：2017-2022年我国广播电视行业总收入变化情况

图表：2022年我国广播电视行业收入分布图

图表：2017-2022年我国广播电视广告收入变化情况

图表：2017-2022年有线电视网络收入变化情况

图表：2017-2022年全国有线电视用户情况

图表：2017-2022年数字电视用户增长情况

图表：2022年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2022年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2022年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2022年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2017-2022年中国有线数字电视用户市场规模

图表：2022年中国有线数字电视用户市场规模预测

图表：“广电+移动运营商”手机产业模式

图表：“移动运营商+SP”手机电视产业模式

图表：手机电视运营商盈利模式

图表：手机电视超市型运营模式

图表：手机电视独立运营模式

图表：手机电视混合运营模式

图表：中国IPTV发展产业链示意图

图表：IPTV产业链示意图

图表：视频推送节点的主要功能图

图表：江苏省“十三五”广播影视发展主要成绩

图表：江苏省广播影视“十三五”发展主要指标

图表：“十三五”全省广电重点工程项目一览表

图表：广电设备产业链

图表：广电设备行业的波特五力分析

图表：中国数字电视前端硬件市场各厂商占有率情况

图表：不同EOC方案的主要设备生产商

图表：国内有线数字机顶盒各厂商占有率情况

图表：国内有线电视CA卡各厂商占有率情况

图表：广电网络构成

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202303/10-523469.html>